

нете магазина на музей.

Любопитството е една отъ най силно действащитѣ сили на свѣта. Всѣко едно събиране на хората въ улицитѣ на града се причинява отъ любопитството. Защо да не се използва сжщото, като една строителна въ търговията сила?

Какъ да привлечемъ повече посетители на магазина

Витрината трѣбва да принуди минаващата край магазина публика да се спре предъ нея, да влезе въ магазина и да направи покупки.

Витрината не е само за забавление и поука на публиката. Тя е и обявление на магазина. Разликата между обявлението и витрината е тази, че първото се вижда и забравя, понеже стоката не може да се купи въ сжщия моментъ, въ който се чете обявлението; а витрината е обявлението, което се чете непосредствено на сжщото мѣсто, кждѣто е стоката.

Затова витринното изложение е отъ по-голѣма стойностъ, отколкото стотици обявления.

То връзва хората точно за мѣстото кждето е стоката. То ви показва действителни стоки, което е много по-силно, отколкото каквото и да е описание на сжщитѣ. Добре наредената витрина е повече отъ едно обявление. Тя е искусство да продавашъ. А въ последното принципъ е произведеното върху окото впечатление да води следъ себе си покупка. Витрината е директенъ апелъ къмъ окото. Много хора купуватъ импулсивно точно това, което виждатъ, ако цената не е много висока. Много